



Centar za građansko obrazovanje
Centre for civic education

KOLIKO, KOJIM MEDIJIMA I SRODNIM AGENCIJAMA OPŠTINE U CRNOJ GORI PLAĆAJU USLUGE?

Oktobar, 2012.

Uvod

Projekat „*Koliko, kojima medijima i srodnim agencijama opštine u Crnoj Gori plaćaju usluge?*” je osmišljen u okviru potprograma Centra za građansko obrazovanje (CGO) *Mediji i demokratija* sa ciljem da doprinese podizanju svijesti o odgovornom trošenju novca iz budžeta lokalnih samouprava. Specifični cilj projekta je i ukazivanje na odnose koje opštine u Crnoj Gori imaju prema medijima i srodnim subjektima u Crnoj Gori kroz davanja prema istima na osnovu ugovorenih usluga.

U tom pravcu, Centar za građansko obrazovanje (CGO) je od sredine jula do početka oktobra, na osnovu Zakona o slobodnom pristupu informacijama prikupio podatke koji se odnose na spisak svih medija, agencija za odnose sa javnošću, agencija za istraživanje javnog mnjenja i produkcijskih kuća koje su Opštine u Crnoj Gori angažovale u toku 2011. godine na osnovu usluga po ugovoru, specijaliziranih usluga ili im po drugim osnovama uplatili novčana sredstva. Takođe, obrada podataka je obuhvatila iznose koji su navedenim subjektima uplaćeni od strane crnogorskih opština u toku 2011. godine i tip usluge koje ti iznosi pokrivaju.

Ovim projektom su bile obuhvaćene sve crnogorske opštine, Prijestonica Cetinje i Glavni grad Podgorica:

- *Andrijevića*
- *Bar*
- *Berane*
- *Bijelo Polje*
- *Budva*
- *Danilovgrad*
- *Žabljak*
- *Kolašin*
- *Kotor*
- *Mojkovac*
- *Nikšić*
- *Plav*
- *Plužine*
- *Pljevlja*
- *Podgorica*
- *Rožaje*
- *Tivat*
- *Ulcinj*
- *Herceg Novi*
- *Cetinje*
- *Šavnik*

Navedene opštine, prijestonica i glavni grad nijesu ravnomjerno dostavljali informacije niti je kvalitet dostavljenih informacija uvijek bio na istom nivou, što je značajno uticalo na dužinu trajanja istraživanja i obradu podataka.

NAPOMENA: Saradnici u Centru za građansko obrazovanje (CGO) su, pri obradi podataka, koristili dokumentaciju koja im je dostavljena kao zvaničan odgovor na zahtjev za slobodan pristup informacijama. Naknadno je utvrđeno da pojedine opštine nijesu dale potpune informacije, a što u konačnici utiče i na navedene iznose. CGO, kao nevladina organizacija, nema dovoljno kapaciteta da provjerava preciznost odgovora 21 crnogorske opštine, pa stoga ovaj izvještaj predstavlja samo nalaze koji su dobijeni po osnovu Zakona o slobodnom pristupu informacijama.

Pregled nalaza

Uopšteno gledajući, crnogorske opštine su se pokazale kao neažurne, s obzirom da je dobar dio njih kršio zakonski rok od osam dana i nerijetko dostavljao nekompletne informacije, što je zahtijevalo dodatni napor angažovanih u CGO-u u dijelu direktne komunikacije. Ipak, na kraju su prikupljeni odgovori od svih opština.

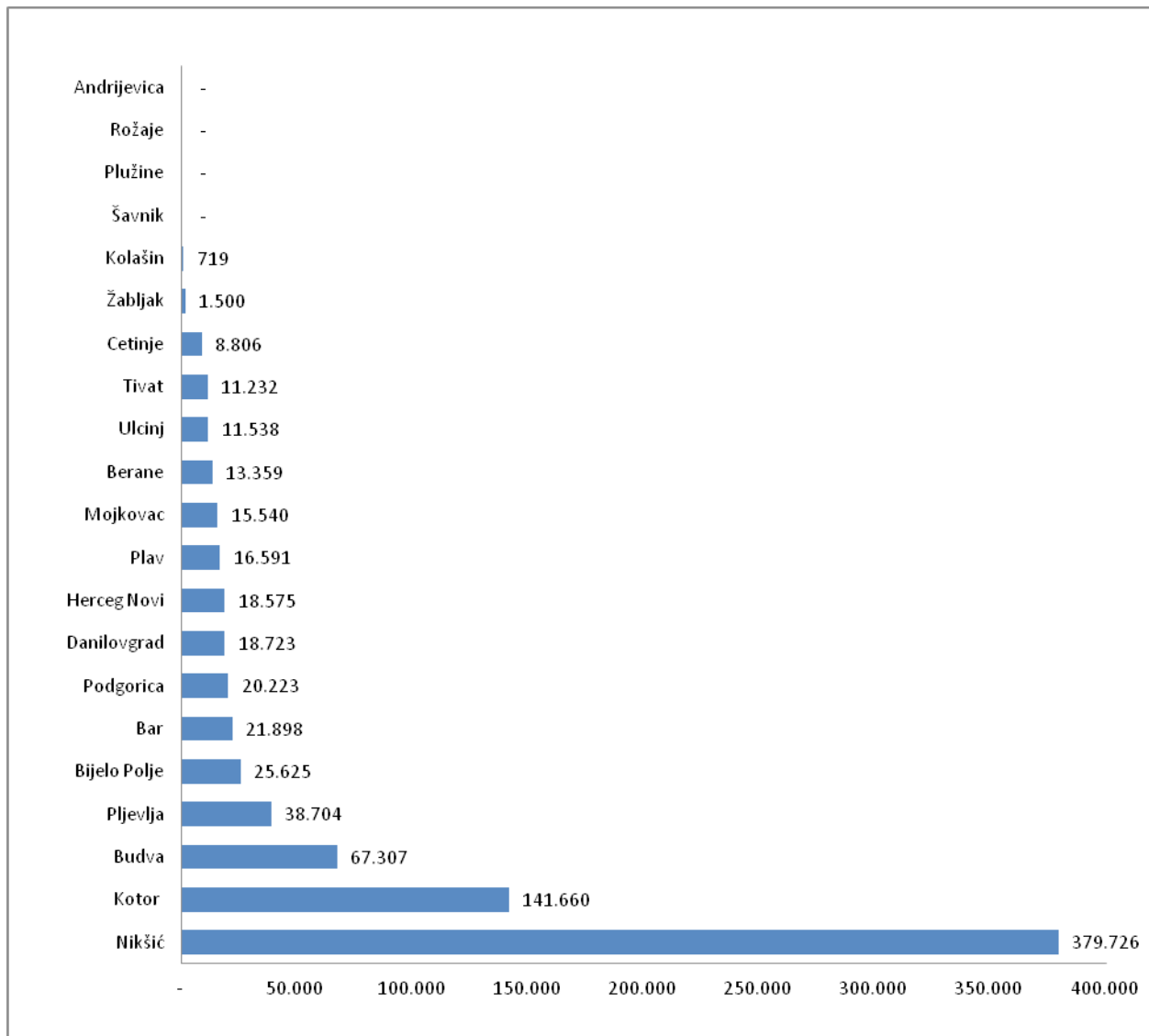
CGO je koristeći odredbe Zakona o slobodnom pristupu informacijama istraživao spisak svih medija, agencija za odnose sa javnošću, agencija za istraživanje javnog mnjenja i produkcijskih kuća koje su opštine u Crnoj Goru angažovale u toku 2011. godine. Ukupna cifra koju su crnogorske opštine isplatile za usluge ovih subjekata u 2011. godini bila je **811,726.00€**. Kada se ovom dodaju ukupna davanja po istom osnovu na nivou Crne Gore od strane ministarstva i uprave Vlade Crne Gore i Skupštine Crne Gore dolazimo do cifre od **2 641 485. 83€¹**, koliko je za ove svrhe iz budžeta Crne Gore potrošeno (od strane navedenih subjekata obuhvaćenih istraživanjem)².

Sprovedeno istraživanje je pokazalo da analizirane opštine, nemaju jednak odnos prema svim medijima, te da su kriterijumi primijenjeni prema medijima nejasni, posebno uzimajući u obzir kvalitet, dostupnost medija i slušanost, čitanost odnosno gledanost.

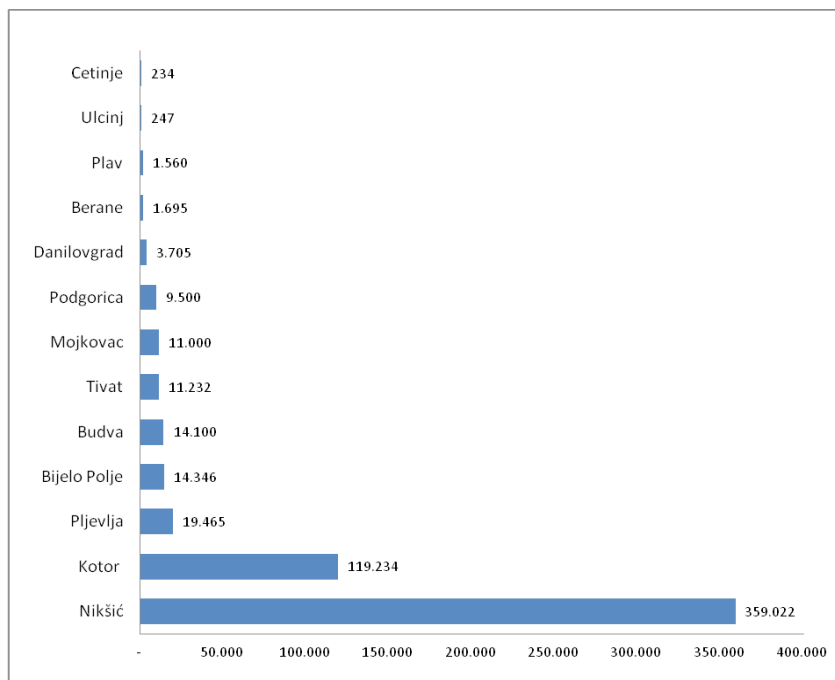
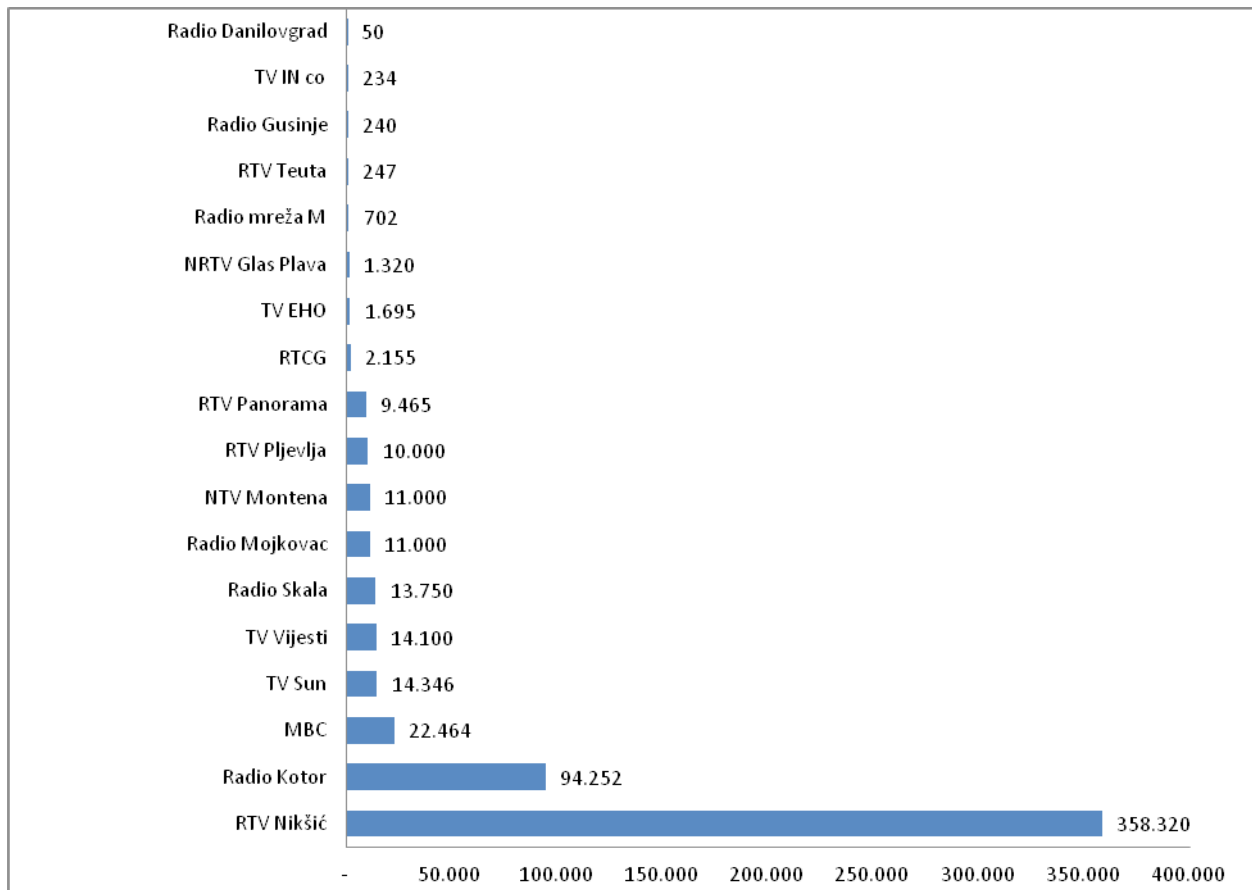
Ubjedljivo najveći potrošač kada je riječ o korišćenju ovih usluga i podrške medijima je Opština Nikšić sa utrošenih sa **379,726.00€** što predstavlja blizu polovine utrošenih sredstava od svih opština ukupno (**46,78%**). Opština Kotor je sa **17,45%** je na drugom mjestu sa utrošenih **141.660,00€**. Slijedi Opština Budva sa nešto više od **8%** odnosno **67,307.00€**, potom četvrta po potrošenim sredstvima jeste Opština Pljevlja sa **38,704.00€**. Veliki oglašivač jeste i Opština Bijelo Polje sa uloženi **25,625.00€**. Među prvih deset potrošača, kada su u pitanju angažovanje medija, agencija za odnose sa javnošću, agencija za istraživanje javnog mnjenja i produkcijskih kuća su još: Bar (**21,898.00€**), Podgorica (**20,223.00€**), Danilovgrad (**18,723.00€**), Herceg Novi (**18,575.00€**) i Plav (**16,591.00€**). Ostale opštine se kreću u okvirima od **15,540.00€** do **719.00€**, koliki je bio trošak Opštine Kolašin, a koja je u ovom dijelu bila najštedljivija među potrošačima. Interesantno je da troškove po ovom osnovu, prema informacijama koje su nam dostavljene (na osnovu naših zahtjeva za slobodan pristup informacijama, te pratećih faktura i ugovora) od strane samih lokalnih samouprava, nijesu imale opštine: Šavnik, Plužine, Rožaje i Andrijevica.

¹ Za istu svrhu vladina ministarstva i uprave, kao i Skupština Crne Gore su u 2011. godini platili 1 830 344,83€.

² CGO je to istraživanje objavio 19.04.2012, a isto je dostupno na websajtu CGO-a

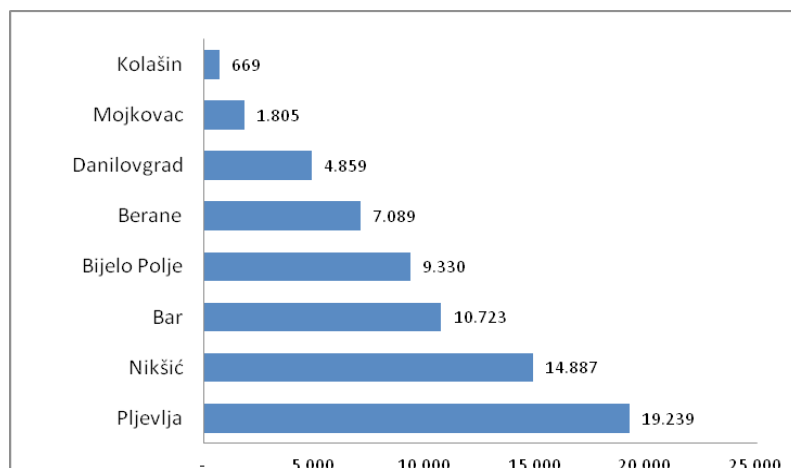
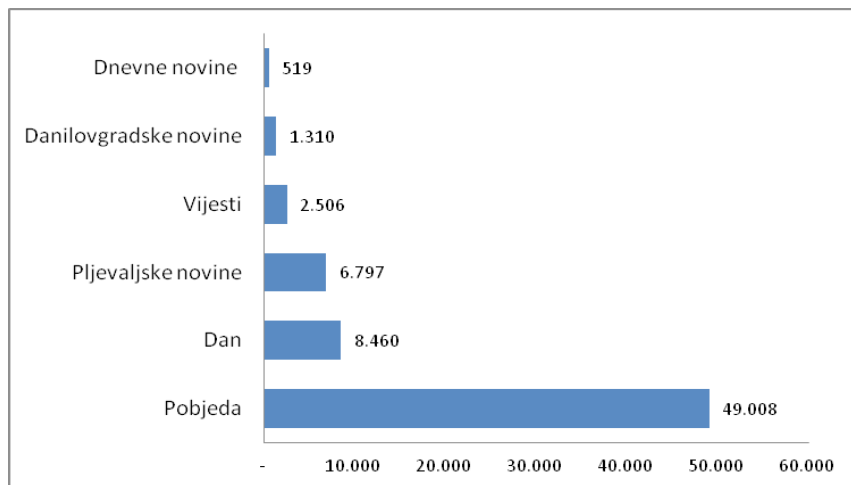


Najviše novca za podršku programskim aktivnostima medija ili za promociju aktivnosti opština na televizijskim i radio stanicama je izdvojeno za RTV „Nikšić“ **63,38%**, tj. **358.320.00€** (cjelokupna suma je uplaćena od Opštine Nikšić), potom za Radio „Kotor“ nešto više od **16%** ili **94.252.00€** (cjelokupna suma je uplaćena od opštine Kotor), televiziju „MBC“ **22.464.00€** (po **11.232.00€** uplaćeno od Opština Kotor i Tivat za realizaciju emisija „Hronika Kotora“ i „Hronika Tivta“), dok se na četvrtom i petom mjestu nalaze lokalna televizija „Sun“ iz Bijelog Polja (cjelokupna suma je uplaćena od opštine Bijelo Polje) i televizija „Vijesti“ (cjelokupna suma je uplaćena od opštine Budva) za koje je izdvojeno **14.346.00€** odnosno **14.100.00€**. Slijedi Radio „Skala“ kojem je uplaćeno **13.750.00€** i to od Opštine Kotor. Radiju „Mojkovac“ je Opština Mojkovac uplatila **11.000.00€** za prenos sjednica lokalne Skupštine i izradu programskih sadržaja od interesa za opštinu. Televiziji „Montena“ je uplaćen identičan iznos od **11.000.00€** i to **9.500.00€** od Glavnog grada Podgorice za pripremu i emitovanje emisije „PG report“ i **1.500.00€** od Opštine Danilovgrad za usluge emitovanje i praćenja aktivnosti povodom Dana opštine. Za javni servis RTCG su opštine ukupno izdvojile **0,38%** odnosno samo **2.155.00€** (cjelokupna suma je uplaćena od Opštine Danilovgrad i to **1.755.00€** za emitovanje novogodišnjih čestitki i **400€** za usluge medijske promocije na javnom servisu).



Uporedno, za televizije i radio stanice opština Nikšić je izdvojila najviše novca **63,51%** ili **359,022.00€**, potom Opština Kotor **119,234.00€** odnosno **21,09%**. Slijedi opština Pljevlja sa nešto više od tri odsto, tj. **19,465.00€**, zatim opština Bijelo Polje sa utrošenih **14,346.00€**, odnosno dva i po odsto. Dvije stotine eura manje utrošila je opština Budva (**14,100.00€**) što u ukupnom udjelu potrošenih opštinskih sredstava za televizije i radio stanice jeste **2,49%**. Najmanje novca je izdvojila Prijestonica Cetinje, svega **234.00€** ili **0,04%**.

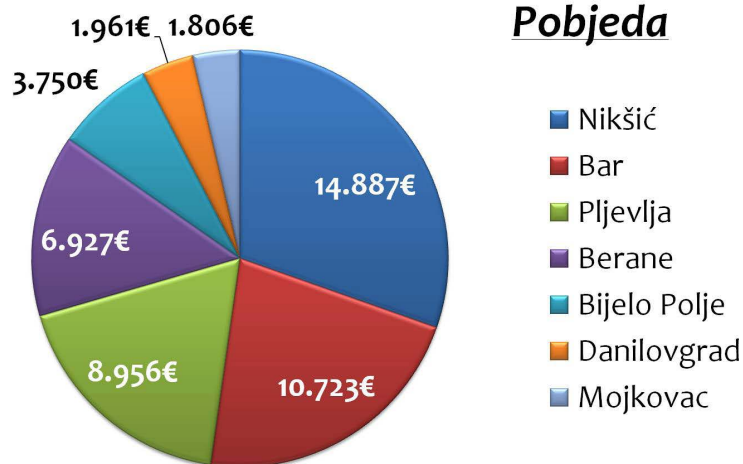
Istraživanje je osim elektronskih medija obuhvatilo i štampane medije, portale i novinske agencije. Najviše novca za promociju aktivnosti opština u štampanim medijima je izdvojeno za dnevni list „Pobjeda“ - čak **49,008.00€** ili **71,44%**, za dnevni list „Dan“, skoro 40,000.00 eura manje, tačnije **8,406,00€** odnosno nešto više od **12%**, za „Pljevaljske novine“ **6,797.00€**. Za dnevni list „Vijesti“ je izdvojeno skoro **2,506.00€** ili **3,65%**.



U tu svrhu Opština Pljevlja je uplatila **19,239.00€**, od čega najviše za dnevni list „Pobjeda“ - **8,956.00€**, potom opština Nikšić sa **21,70%** odnosno **14,887.00€** (cjelokupna suma je uplaćena dnevnom listu „Pobjeda“). Slijedi opština Bar sa utrošenih **10,723.00€** odnosno **15,63%** (cjelokupna suma je uplaćena dnevnom listu „Pobjeda“), potom opština Bijelo Polje sa **9,330.00€**, što je **13,60%** a koja je inače nešto ravnomjernije koristila usluge

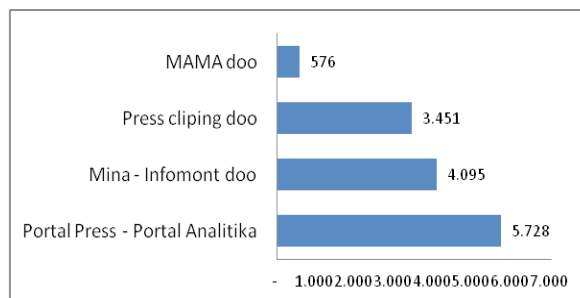
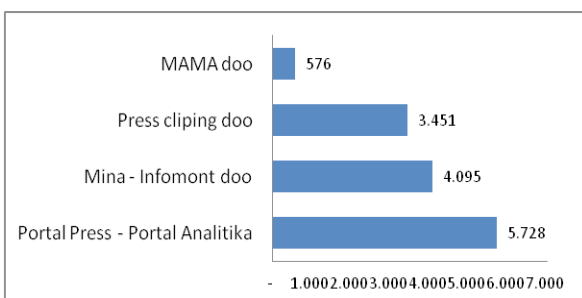
štampanih medija u Crnoj Gori³. Opština Berane je izdvojila **7,089.00€** za štampane medije, od kojih je **6,926.00€** uplatila takođe „Pobjedi“. Ostale opštine su potrošile ispod **7,000.00€** za reklamiranje ili uplate po drugim osnovama štampanim medijima. Najmanje novca je izdvojila Opština Kolašin, svega **669€** ili **0,98%**. Prema ranijem istraživanju, Skupština Crne Gore je za štampane medije u 2011. godini izdvojila **11,319.00€** (**2,116.00€** za „Vijesti“, **1,785.00€** za „Dan“ i **7,418.00€** za „Pobjedu“). Kada se sumi od **49,008.00€** doda da je dnevni list „Pobjeda“ od strane ministarstava i uprava Vlade Crne Gore u 2011. godini dobio na osnovu svojih usluga **189,369.00€**, kao i pomenutih **7,418.00€**, dolazimo do sume od **245,795.00€** koliko je za taj dnevni list izdvojeno iz budžeta ministarstava, uprava, Skupštine i lokalnih samouprava što je više nego ulaganja u sve ostale štampane medije zajedno po istim osnovama.

³ Dnevni list „Dan“ 4,990.00€; dnevni list „Pobjeda“ 3,750.00€, dnevni list „Vijesti“ 590.00€



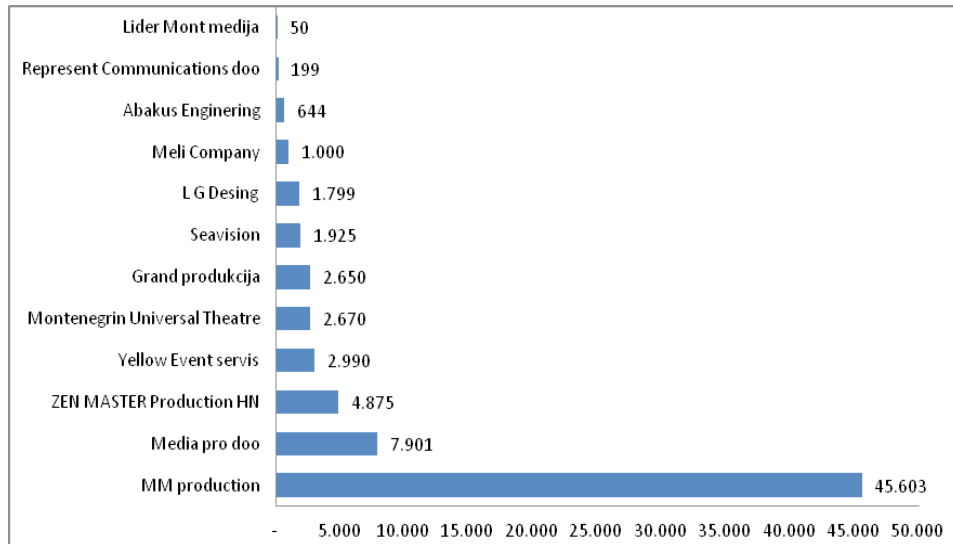
Portali postaju sve bliži medij jednom dijelu crnogorskih opština. Tako je portalu „*Analitika*“ od strane opština, na osnovu informacija koje je CGO dobio, uplaćeno **5,728.00€** i to po **1,989.00€** od opštine Danilovgrad i Prijestonice Cetinje i **1,750.00€** od opštine Bijelo Polje.

Kada govorimo o agencijama, „*MINA*“ je dobila za svoje usluge **4,095.00€**, i to od opštine Budva. Ta suma se odnosi na godišnju pretplatu na informativne servise ove agencije.

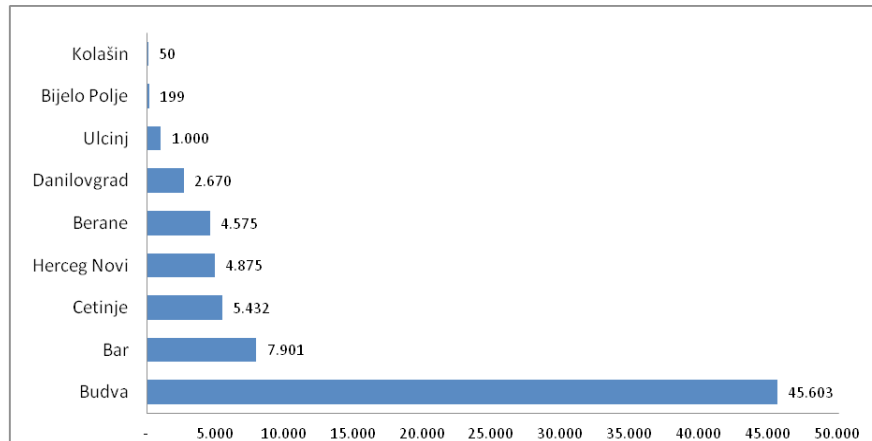


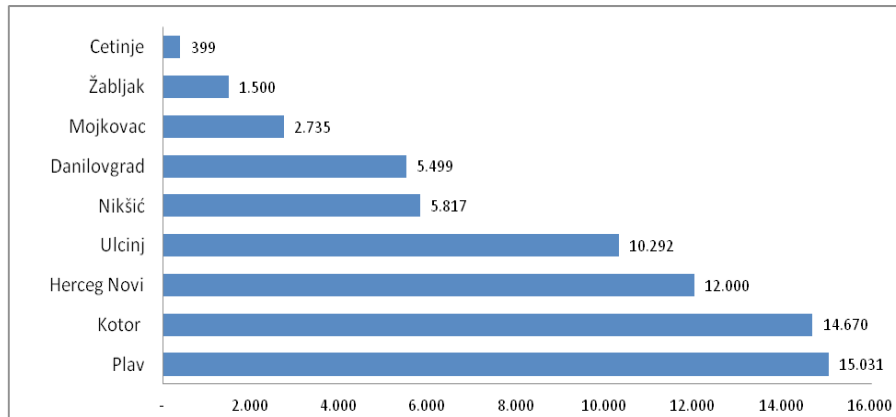
Korisnici oglašavanja na portalima ili agencijskih usluga bile su samo opštine Budva, Bar, Bijelo Polje i Danilovgrad, kao i Prijestonica Cetinje, dok ostale opštine nijesu imale troškova po ovom osnovu.

Opštine su tokom 2011. godine angažovale i agencije za marketing, produkcijske kuće i slične privredne subjekte. Najveći korisnik takvih preduzeća, bila je Opština Budva sa **45,603.00€** odnosno **63%**. Cjelokupna suma uplaćena je produkcijskoj kući „*MM production*“ za realizaciju TV serije „*Budva na pjenu od mora*“. Nakon opštine Budva, najviše sredstava je utrošila opština Bar odnosno **7,901.00€**. Navedeni iznos je uplaćen firmi „*Media pro*“ čija je djelatnost, prema



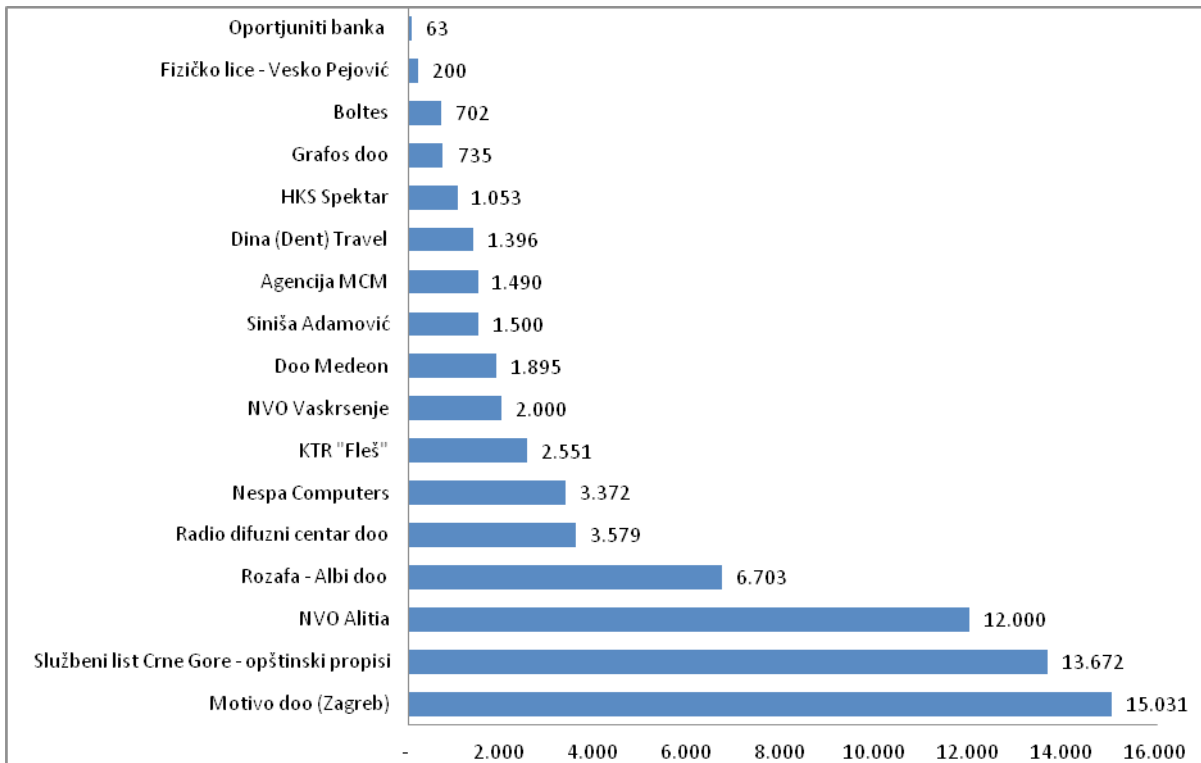
podacima sa Centralnog registra privrednih subjekata, pružanje fotografskih usluga. Prijestonica Cetinje se nalazi na trećem mjestu kada je riječ o angažovanju agencija za marketing, produkcijskih kuća i sličnih agencija sa utrošenih **5,432.00€** što je **7,51%** od ukupno potrošenih opštinskih sredstava za ovu namjenu. Slijedi Opština Herceg Novi koja je potrošila **4,875.00€**, a cjelokupan iznos je uplaćen televizijskog kući „Zen Master production“ u dijelu produkcije i emitovanja priloga koji promovišu grad Herceg Novi. Opština Berane je uplatila „Grand produkciji“ **2, 650.00€** po ugovoru o angažmanu i nastupu.





Kada je riječ o ostalim privrednim subjektima koji nijesu svrstani u kategorije radio-televizija, štampani mediji, portali, novinske agencije, marketinške agencije i produkcijske kuće, najviše je potrošila opština Plav **15,031.00€** koja je taj novac uplatila zagrebačkoj firmi „*Motivo*“ za nastup hrvatske pjevačice Severine prilikom otvaranja kulturne manifestacije „*Dani borovnice*“. Slijedi Opština Kotor sa utrošenih **14,670.00€**⁴, dok je na trećem mjestu Opština Herceg Novi sa utrošenih **12,000.00€** za izdavanje mjesečnika „*Novske novine*“ pod okriljem NVO Atilia. „*Službenom listu*“ za opštinske propise je uplaćeno **13,672.00€** i to od opština Kotor (**7,719.00€**) i Nikšić (**5,817.00€**), te Prijestonice Cetinje (**136.00€**).

Interesantno je da je nevladinoj organizaciji „*Vaskrsenje*“ iz Mojkovca uplaćeno **2,000.00€** za prenos sjednica Skupštine grada Mojkovca i izradu programskog sadržaja od interesa za Opštinu. U registru nevladinih organizacija, na web sajtu Ministarstva unutrašnjih poslova, jedina NVO koja se nalazi pod ovim imenom je Udruženje mladih – Vaskrsenje iz Mojkovca čija je osnovna djelatnost kultura.



⁴ Suma je uplaćena na tri adrese: Službeni list Crne Gore (7, 719€), Radio difuznom centru (3, 579€) i na kraju firmi Nespa Computers (3, 372€) za katalog državnih i opštinskih propisa



Kada je riječ o regionalnim medijima, Opština Kotor je Hrvatskoj radio-televiziji (HRT) uplatila **7,755.32€** što je predstavljalo izmirenje obaveza koje su nastale u prethodnom periodu kada je pristupljeno raskidu ugovora o pružanju tehničkih usluga na emisionom objektu Vrmac za potrebe emitovanja HRT-a koji je zaključen u decembru 2007. godine. Time je, kako se navodi, Opština Kotor regulisala sve zaostale obaveze po ovom ugovoru. Dodatno, od regionalnih medija novac su dobile „*Večernje novosti*“ i to **1,700.00€** od Opštine Herceg Novi.

Istraživanja javnog mnjenja nijesu bila u fokusu opština, pa su tako samo Opština Budva i Glavni grad angažovali agenciju za istraživanje javnog mnjenja „*Damar*“, s tim da je Glavni grad utrošio **10,723.00€**, a Opština Budva **3,509.00€**. Interesantno je pomenuti način plaćanja u slučaju opštine Budva. Naime, pri angažovanju agencije „*Damar*“ napravljen je ugovor o preuzimanju duga između opštine Budva kao dužnika, agencije „*Damar*“ kao povjerioca, i kompanije „*Princ & co*“ iz Herceg Novog kao preuzimaoca duga. Ovim se ugovorom, čiju kopiju CGO posjeduje, kompanija iz Herceg Novog, na osnovu prethodnih dugovanja prema opštini Budva, a tiču se naknade za komunalno opremanje građevinsko zemljišta – se obavezuje da uplati iznos agenciji za istraživanje javnog mnjenja „*Damar*“ sa kojom je opština Budva napravila dogovor i time eliminiše prethodni dug koji je imala, a istovremeno plati dugovanje opštine Budva prema „*Damaru*“.

Zaključci i napomene

- **Budžetski obveznici odnosno građani i građanke Crne Gore imaju pravo da znaju u koje svrhe ide novac njihovih lokalnih samouprava i kakve koristi oni sami imaju od toga, posebno imajući u vidu kriterijume na osnovu kojih se troše sredstva.**
- **CGO preporučuje da ovakvi podaci, odnosno troškovi koji se odnose na marketinške i srodne usluge budu javno dostupni na sajtovima svih opština.**
- **CGO cijeni da bi opštinske administracije morale imati jasne i objektivne kriterijume po kojima se opredjeljuju za ulaganja u određene medije, marketinške agencije i slično, što sada nije slučaj već se čini da se ovakve odluke donose na bazi subjektivnih procjena i bilateralnih dogovora.**
- **Opštine moraju ažurnije da djeluju po osnovu Zakona o slobodnom pristupu informacijama, te da poštuju zakonski predviđen rok do kada se podnosiocu zahtjeva mora odgovoriti.**

Damir Nikočević,
PR/Saradnik na programima



Centar za građansko obrazovanje

Njegoševa 36/I

81 000 Podgorica

Crna Gora / Montenegro

Tel: + 382 20 665 112

Fax: + 382 20 665 327

Web site: www.cgo-cce.org

E-mail: info@cgo-cce.org